

Kapsam açısından iki tür girişimcilik vardır. Bunlar dış (genel) ve iç girişimciliktir.

Sağlıklı doğan işletmenin yaşamı görece daha sorunsuz olur.

GİRİşİMCİLİK ÇEşİTLERİ

Farklı açılardan bakılarak girişimcilik çeşitlere ayrılabilir.

Kapsam açısından girişimcilik türleri şunlardır:

Dış (Genel) Girişimcilik

Yeni bir işletmenin ya da toplumsal fayda üreten yeni bir organizasyonun kurulması başlı başına girişimcilik olarak görölmektedir. Bu girişimciliğe dış girişimcilik, genel girişimcilik, başlangıç girişimciliği denebilir. Bu girişimcilikte ilk hareketin yapılması, ilk adımın atılması, girişimin doğuşu vardır. Hatta bu girişimcilikte işletmenin ve organizasyonun doğuştan önceki dönemi iyi geçerse doğuştan sonraki dönemi de başarılı geçer. Organizasyonların doğumu insanların doğumuna benzer. Hamile kalan anne adayı çocuğunun sağlıklı doğması, gelişimi ve yaşamının iyi olması, kendisinin de sağlıklı doğum yapabilmesi için doğum öncesi dönemde kendine dikkat eder, anne ve çocuk sağlığı merkezlerinde ya da çeşitli kişi ve kurumlarca çocuğun gelişimini ve kendi sağlığını izler. Eğer çocuğun gelişiminde bir problem varsa tedbirini alır. Amaç sağlıklı ve gelişimini tamamlamış çocuk dünyaya getirmektir. İşletmeler de böyledir, sağlıklı doğan işletmelerin (girişimciliğin en önemli süreci burasıdır) yaşamı sorunsuz, ömrü uzun olur. Ama sağlıksız doğan işletmenin yaşamı sorunlu olur ve ömrü kısadır. Ne olursa olsun bir iş kuralım, işletmemiz olsun, diye kuruluş öncesi dönemi önemsemeyenlerin kurduğu işletmeler kurulur kurulmaz kapanmaktadır. Bu durum, gelişmemiş ya da az gelişmiş ölkelerdeki gebelikte, doğumda hatta doğumdan hemen sonra ortaya çıkan bebek ölümlerine benzemektedir. O halde şöyle bir ilişki kurmak yanlış olmayacaktır. Gelişmemiş ve az gelişmiş ölkelerdeki bebek ölüm oranlarıyla girişimciliğin gelişmediği ölkelerdeki işletme kapanma oranları birbirine benzemektedir. Girişimciliğin bu çeşidi çok

önemlidir. Bundan sonraki iç girişimciliğin başarısı da geniş ölçüde kuruluş ya da doğuş girişimciliğine bağlıdır. Sakat kurulan (doğan) bir işletmeyi başarıya götürmek pek mümkün değildir. Üstelik kaynakların boşa harcanması ve sonraki girişimcilerin cesaretini kırmaktadır. Ülke işletme mezarlığına dönüşmektedir.

Yenilik yaparak ve girişimcilik süreçlerini uygulayarak işletme ve örgüt kuran kişiler ya da profesyonel yöneticilerin yaptığı iş iç girişimcilik dışındaki girişimciliktir. Bunlara da girişimci denir (TÜSİAD, Türkiye’de Girişimcilik, 2002,s.36).

İç Girişimcilik

Kapsam açısından ikinci girişimcilik, dış girişimciliğin tersi olan iç girişimciliktir. Günümüzde bu girişimcilik türü artmaya başlamıştır. Çünkü iç girişimcilik, işletme ve diğer örgütlerin yaşamını sürdüren itici güçtür. İç girişimciliğin zayıf olduğu işletmeler yaşam, direnç ve gelişme güçlerini yitirdikleri için yaşamını zor sürdürürler, zaten bir süre sonra da yok olurlar. İç girişimcilik, kurulmuş işletme ve örgütlere enerji üreten santral gibidir. Peki, iç girişimcilik nedir? Bu konuda da pek çok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan hareketle şöyle tanım yapılabilir. İç girişimcilik (intrapreneurship), kurulmuş ve yaşayan bir işletmenin sınırları içindeki tüm alanlarda yeni üründe/hizmette, yönetimde, pazarlamada, satın almadaki, üretimde, satışta ve bunların fonksiyonlarında yapılan yeniliklerin ticari hale gelme çaba ve sonuçlarıdır. Bu sürece katkıda bulunan, işletmede her pozisyonda çalışana da iç girişimci (intrapreneur) denir. Aynı zamanda bu girişimciliğe kurum içi girişimcilik de denir. İç girişimcilik işletmelerle birlikte devlet dâhil tüm kurumları ilgilennmektedir. Yenilik ortamları yaratan yenilik sistemleri kuran ve sürdürülebilirliği sağlayan çalışanlara yaratıcı ve yenilikçi fırsatlar tanıyan kurum kültürlerine yenilikçiliği ve girişimciliği yerleştiren yenilikçi stratejiler izleyen her kurumda iç girişimcilik güçlü olacaktır. İç girişimciliği, güçlü işletmelerde çalışanlar girişimcilik kültürü kazandıkları için bazıları ayrılarak kendi işletmesini kurmak istemektedirler. Bu da gösteriyor ki iç girişimcilik aynı zamanda toplumdaki girişimci ve girişimcilik kültürünü artırmaktadır.

İç girişimcilik düzeyi düşük işletmelerin gelişme ve sürdürülebilirlik potansiyelleri azalmaktadır.

Yenilik ortamları yaratan, yenilik sistemleri kuran ve sürdürülebilirliği sağlayan çalışanlara yaratıcı ve yenilikçi fırsatlar tanıyan, kurum kültürlerine yenilikçiliği ve girişimciliği yerleştiren, yenilikçi stratejiler izleyen her kurumda iç girişimcilik güçlü olacaktır. İç girişimciliği güçlü olan kurumlar da güçlü olacaktır. Bu durum tüm topluma kaliteli hayat ve refah olarak yansımaktadır. Girişimciliğe tüm toplumlarda aynı ölçüde önem verilmemektedir. Bu da toplumlardaki girişimcilik farkını daha da artırmaktadır. Küresel ve bölgesel sorunlarla ilgilenen kuruluşlar stratejilerine girişimciliği koymuşlardır (Tamer Müftüoğlu, 2009, s.13).

Kendi işletmesini kuran girişimci ile bir işletmede çalışan iç girişimci arasında benzerlik ve farklılık vardır (Odabaşı, (ed.). 2005, s.66, 67). Her ikisinin de yenilikçi, fırsatları kovalayıcı, risk almaları, kaynakları etkin ve verimli kullanmaları, aile geçmişleri, girişimcilik özellikleri, temsilcilik aracılığı ile katılım yerine direkt katılımları, temel güdüler, ilişkileri ve iletişimleri benzer yönleridir. Farklı yönleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- İç girişimci fon sağlamak konusunda diğer girişimciye göre daha rahattır.
- İkisi de risk alır ancak iç girişimcinin riski kariyeri ve istihdam ile ilgilidir.
- İç girişimci şirketteki engellerle karşılaşır ve üstesinden gelmeye çalışır.
- Diğer girişimci ise pazarda karşılaştığı engellerle uğraşır.
- İç girişimci güçlendirmek diğer girişimci geliştirmek için çalışır.

İç girişimcinin kendi fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için işletmenin teknolojiye üstün olması, yeni fikirlerin desteklenmesi, hatalara karşı toleranslı olunması, fırsatta öncelikli seçim yapmaması, kullanılabilir ve ulaşılabilir kaynak olması, takım çalışmasının desteklenmesi, ödüllendirme sistemi ve sponsorluk desteğinin olması, yetki ve sorumluluk verilmesi, işletme sınırları esnek olması ve her şeyden önce üst yönetimin iç girişimciliği benimsemiş ve desteklemiş olması gerekmektedir.(Odabaşı,(ed.),s.69,70).Bütün bunlara ek olarak işletmelerin yönetim stratejilerine iç girişimciliği yerleştirmeleri ve iç girişimcilik kültürünü geliştirerek, iç girişimciler için ortamlar oluşturmaları önemlidir. İşletmeler, çalışanlarının fikirlerine önem verip bu fikirlerin hayata geçirilmesine odaklanırlarsa girişimci çalışanların işletmeden ayrılmasının önüne geçmiş olurlar. Çünkü fikirlerini uygulayamayan çalışanlar, fikirlerinin peşinden gidiyorlar ve işten ayrılıyorlar.

Günümüzde şirketlerin en sık karşılaştıkları sorunlardan ve yaptıkları hatalardan birisi de dünyada meydana gelen değişikliklere cevap verememektir. İşte bu sorunun çözümünde iç girişimcilik düşünölmelidir. Çünkü şirketlerin dış çevresindeki olacak gelişmeleri algılayıp ona göre hareket etmek iç girişimcilerin özelliklerinden birisidir.

Kuruluştaki girişimcilikte, girişimci iş fikrini gerçeğe dönüştürmek için işletmeyi kuruyor, kurduktan sonra işletmede girişimcilik devam ediyor. Devam eden bu girişimcilikte işi kuran girişimcinin yanına başta yöneticiler olmak üzere tüm çalışanlar da katılıyor. Ancak kurucu girişimci yine girişimciliğine devam ediyor. Eğer sadece girişimciliği sürdürmekte ısrar eder, başkalarını bu sürecin içine dâhil etmezse ömrü en çok girişimcinin ömrüyle sınırlı kalıyor.

Değişen dünyaya yeni gözlerle bakarak kendimizi (ürünlerimizi, hizmetlerimizi, süreçlerimizi, örgütümüzü, fonksiyonlarımızı) yeniden tanımlamamız gerekir. Bu bakımdan iç girişimcilik sürdürülebilir olmalı, ya da sürekli açık olmalıdır. Will Rogers'ın "Doğru yoldaysanız bile eğer otursanız ezilirsiniz." sözü iç girişimciliğin ne kadar önemli olduğunu desteklemektedir.

İç girişimciliği geliştirmenin yollarından birisi girişimci insanları işe almak ve sahip olduğu girişimci çalışanı tutmaktır. Özellikle durgunluk ve kriz dönemlerinde yükselen girişimci ruhları değerlendirmek gerekmektedir.

İçerik açısından girişimcilik:

Ekonomik (Ticari) Girişimcilik

Bu girişimcilik, sahibine kâr, müşterisine katma değer sağlayan bunu da ürettiği ürün ve hizmetle yapan girişimciliktir. Kâr, girişimcinin ana amacı olarak ve en büyük getirisi olarak göröölür. Yine başarı ölçüsü de kârdır. Bu nedenle tüketici-nin/müşterinin çözölmemiş sorunlarını çözen, ihtiyaç ve beklentilerini gideren ürün ve hizmetlerin üretilmesi düşünöölür. Bu düşöncelerden iş fikri bulunur. Sonra da girişimciliğin diğer süreçleri işletilir. Esasında süreçler bakımından bütün girişimcilik türlerinin birbirleri arasında farklılıkları pek yoktur. Bütün dünyada yaygın olan girişimcilik türü ekonomik (ticari) olanıdır. Diğer yönden ürün ve hizmet dışında işletmenin çeşitli işlevlerinde ve süreçlerinde yapılan yeniliklerle ortaya çıkan kâr artırıcı faaliyetleri de bu tür girişimcilik içeriğinde anlamak gerekir. Zaten uzun süre kâr edemeyen girişimcinin sürdürölebilir girişimciliği de mümkün değildir. Ekonomik teoride dört üretim faktöründen birisi olarak girişimciliğin faktör getirisi kâr olarak belirtilmiştir.

İçerik açısından iki tür girişimcilikten söz edilebilir. Bunlar ekonomik (ticari) ve sosyal girişimciliktir.

Girişimciliğin faktör getirisi kârdır.

Sosyal girişimcilik kavramı kurumsal sosyal sorumluluk ve hayırseverlik kavramlarından farklıdır.

Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik sadece ekonomik (ticari) alanda değil sosyal alanda da uygulama ve kavram olarak varlığını kabul ettirmiştir. Sosyal girişimcilik diğerine göre daha yenidir. Esasında ekonomik girişimciliği tamamlar. Fakat kurumsal sosyal sorumluluk ve hayırseverlik gibi kavramlarla karşılaştırılmamalıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk da ticari girişimci ve işletmesi, itibar kazanmayı, bunu da markasına yansıtmayı açık açık belirtmese de hedeflemektedir. Bu alandaki yatırımın bir şekilde geri döneceğini umar. Ancak sosyal girişimcikte, sosyal girişimci, bunu itibar kazanmak için değil toplumun devlet, işletmeler ve diğer sivil toplum tarafından çözilemeyen sorunlarını çözmek ve tamamen ortadan kaldırmak için uygular. Sosyal girişimciliğin temelinde “aldığından fazlasını vermek” vardır (Platin, 2007.s.93,94). Bu durumu iş dünyasına uyarladığımızda ekonomik girişimcinin, verdiğiinden fazlasını almak isteyeceğini düşündüğü söylenebilir. Bu nedenle iki girişimcilik birbirini tamamlar. Serbest piyasa düzeni içinde birisinin boşluğunu ve açığını diğeri kapatır. Böylece serbest piyasanın işlerliğinin sürdürülebilirliğini sağlamış olur.

Sosyal girişimciliğin getirisi sosyal faydadır.

Sosyal girişimciler, insanlık ile beraber hep var olmuşlardır. Ancak kavram olarak sosyal girişimcilik 1990’ lardan sonra ortaya çıkmıştır. Ekonomik teoride bir üretim faktörü olarak görülen ve getirisinin kâr olduğu kabul edilen ekonomik ve ticari girişimciliğin de mutlaka kârdan başka sosyal fayda üretmek gibi amaçları da vardır. Ancak öncelik sıralamasında kâr birinci sırada, sosyal fayda ikinci sıradadır. Sosyal girişimcilikte ise sosyal fayda ilk sırada kâr ikinci sırada bulunur, hatta buna kâr bile denmez ekonomik getiri denir. Ekonomik girişimciler toplumdaki ekonomik dönüşümü sosyal girişimciler de sosyal dönüşümü sağlarlar. Tekrar belirtmek gerekirse; sosyal girişimcilerin çabaları, devlet, sivil toplum kuruluşları ve girişimcilerin çözemediği toplumsal sorunları çözmek, toplumsal ihtiyaçları gidermek içindir. Sosyal girişimcilerin yaptıkları daha insani ve ahlakidir. Ekonomik girişimci diğerine göre daha çok kendine çalışır. Sosyal girişimci ise kendinden çok topluma çalışır.

Sosyal girişimciliğin taklit edilmesi özendirilmelidir.

Ekonomik girişimci için kârın sürdürülebilirliği, sosyal girişimci için ise sosyal dönüşümün sürdürülebilirliği önemlidir. Yine ekonomik girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilikte de inovasyon ön plandadır. Ancak sosyal dönüşümü sağlayan bu inovasyonun patenti yoktur. Hatta taklidin yaygınlaşması istenmektedir. Ne kadar çok taklit edilirse, başka yerde uygulanmasını sağlanırsa bu toplumsal sorunun her yerde aynı şekilde çözülmesini sağlamış olur. Ekonomik girişimcilikte ise potansiyel olarak gelir ve kâr getiren, hisse değerini yükselten her yeniliğin, patent veya tescil ile yasal olarak taklit edilmesi istenmez. Bu girişimcilikte örgütler, yaygın olarak açık ve kapalı yenilik yaratan sistemler kurarak inovasyonda öncü olmayı yeğlerler, pazarda tek olmayı isterler. Sosyal girişimcilikte kavram olarak yeni olduğu için henüz yenilik sistemleri kurulamamıştır. Bu nedenle bütün dünyaya ürün ve hizmet satan küresel markalara sahip firmalar gibi dünya ölçeğindeki sosyal bir sorunu çözen küresel sosyal girişimcilik çabaları da çok değildir. Bunun nedenlerinden biri, hayalleri ve düşünceleri toplumsal sorunları çözen sosyal faydaya dönüştüren sosyal inovasyonun, kavram olarak ekonomik inovasyondan çok sonra gündeme gelmesidir. Önümüzdeki dönemlerde bu inovasyonun da daha çok yaygınlaşacağı söylenebilir. O zaman sosyal girişimcilik de eskisine göre yeni bir boyut kazanacaktır.

İki tür girişimciliğin ortak yanlarından bir diğeri de risk almak, hata yapmak ve başarısız olmaktır. Şunu baştan kabul etmek gerekir ki deneme yapmayı, hayal ettiğini, düşündüğünü, gerçekleştirmeyi engelleyen faktörlerin başında risk alma,

hata yapma ve başarısız olma korkusu gelir. Hayalleri gerçeğe dönüştürme konusunda ilk denemede başarılı olma ihtimali çok değildir. Başarısız olma ihtimali belki daha çoktur. İşte bu, riski gündeme getirir. Kontrol edilebilen, ölçülebilen, yönetilebilen bir riski hata ve başarısızlık kültürünün varlığı sosyal girişimciliğın de artmasına neden olacaktır.

Elbette ki ekonomik girişimcilikte iş fikri ne kadar önemliyse sosyal girişimcilikte de iş fikri o kadar önemlidir. Yaratıcılığın en çok gerekli olduğu nokta burasıdır. Zaten yaratıcılığın desteklendiğı ülkelerde sosyal girişimcilerin sayısı da çoktur. Hatta bu ülkelerde başarısızlık, başarı için gerekli görüştür (platin,2007.s.93).

Son yıllarda sosyal girişimcilikle ilgili pek çok akademik tartışma ve tanım yapılmıştır (Senem Besler (Ed.).2010. ss.3-19).

Fowler, sosyal girişimciliğın yalın bir tanımını şu şekilde yapmıştır: “Sosyal girişimcilik, sosyal fayda elde etme ve sürdürme olanağı sağlayan yaşanabilir (soso) ekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, organizasyonların ve uygulamaların yaratılmasıdır.” Hibbert ve arkadaşlarına göre “ Sosyal girişimcilik, Kâr elde etmek amacından çok sosyal amaçlar için girişimsel davranışın sergilenmesidir.; Mair ve Marti, “ Sosyal girişimcilik, sürdürülebilir bir şekilde, sosyal ihtiyaçları karşılayan fırsatların keşfedilmesi ve bu fırsatların gerçeğe dönüştürülmesinde kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır.” şeklinde tanım yapmışlardır. Bu tanımların sayısını artırmak mümkündür.

SIRA SİZDE



4

Sosyal girişimcilik hakkında yapılan farklı tanımların ortak yönleri var mıdır?

Sosyal girişimcilik konusunda uygulamada iki modelden söz edilmektedir (Senem Besler(Ed),2010.s.17.18). Bunlardan birisi sosyal girişimciliğın, misyonu sosyal olan örgütlerle yapılabileceğidir. İkinci model ise, ekonomik ve ticari girişimciliğın ana misyonu kâr ise de sosyal misyonlarının da olduğunu kabul ederek ekonomik ve ticari girişimciliğın sonuç olarak sosyal girişimciliğı de kapsayabileceğı görüşüdür. Diğer bir deyişle, ekonomik ve ticari girişimcilerin de sosyal misyonları olması ihtimalinin ortaya konulduğı bir modeldir. Hatta misyonları sosyal olan her örgütün yaptıklarının sosyal girişimcilik olarak görülmemesi gerektiğini savunanlar da vardır. Ancak şu bir gerçek ki sosyal girişimciliğın temel felsefesine bakıldığında ekonomik ve ticari kuruluşların sosyal sorumluluk projeleri ve hayır kurumlarına yapmış olduğı bağışlar sosyal girişimcilik kapsamına girmemelidir. İnsanların yaşam kalitesini artırmaya odaklanan sosyal girişimcilik örneğı olarak mikro kredi uygulamasıyla özellikle kadınları bu harekete katan, 2006 yılında Nobel Barış Ödülü alan Bangladeşli Muhammed Yunus gösterilebilir. Yaşam kalitesi düşük insanların çok küçük parasal desteklerle (mikrokredi) kendi işlerini kurması, insanca yaşamayı elde etmeleri hatta istihdama katkı yapmaları sosyal faydayı daha da artırmaktadır. Üniversitede akademisyen olan Dr. Muhammed Yunus’un başarı hikâyesi kısaca şöyledir: (Senem Besler (Ed).2010. s. 69). 1974 yılında açlığın ve yoksulluğın diz boyu olduğı Bangladeş’te Dr. Yunus bu durumu analitik olarak ele almış, yerinde incelemeler yaparak nedenlerini anlamaya çalışmıştır. Sahada araştırma yaparken bambu bitkisinden tabure yapan bir köylü ile karşılaşmış parası olmayan bu üretici, taburesinde kullanacağı bitkisinin parasını, bu bitkiden yaptığı tabureyi akşama kadar satacak ve ödeyecektir. Kazancının tabure başına 2 cent olduğunu görür. Dr. Yunus tam da burada ne yapabileceğini anlar. Bir tabure için girdi olarak kullanılan bambu malzemesinin tutarı 22 centtir. üreticinin, bunu peşin olarak vermesi durumunda daha çok kazanacağını düşünür. Öğrencileriyle birlik-

2006 Nobel Barış Ödülü’ne sosyal girişimcilik alanındaki çalışmaları nedeniyle Bangladeşli Dr. Muhammad Yunus layık görülmüştür.

te köyde yaptığı araştırmada 42 kişinin bu durumda olduğunu ve bunların borç aldığını, miktarının da 27 dolar olduğunu öğrenir. 42 aile için sıkıntının 27 dolar olduğunu görür ve parayı kendi cebinden çıkararak verir. Ancak bunun geçici ve bireysel çözüm olduğunu, toplumda bu tür örneklerin yaygın olduğunu düşünerek kalıcı bir çözüm için kurumsal bir yapının oluşması gerektiğini ileri sürer. Bunun için de mikrokredi hareketi başlar. Bu hareketin başarısı kolay olmaz, güvensizlik, karşı çıkışlar, tefecilik gibi zor koşullara rağmen başarı sağlanmıştır. Mücadele zaman almış, 1983 yılında yoksulların finansmanı için Grameen Bank'ın kurulmasıyla harekete nihayet kurumsallaşma kazandırılmış ve başarı yolu görülmüştür. Sosyal girişimcilik için başarılı bir uygulama olan bu hareket bütün dünyanın hemen hemen yarısında uygulandığı görülmektedir. Zaten bu girişimciliğin taklit edilmesi onun başarılı olduğunu göstermektedir.

Sosyal Girişimcilik konusunda ayrıntılı bilgi edinmek isterseniz Dr. Senem Besler'in editörlüğünde yayınlanan "Sosyal Girişimcilik" (2010: Beta Yayıncılık) adlı eseri okuyabilirsiniz.



K İ T A P

Dünyada buna benzer başarılı sosyal girişimcilik hareketleri olarak şunları saymak mümkündür (Senem Besler(Ed),2010.s.45.46):

- Ashoka; Bill Dragton tarafından 1980 yılında kurulan mikrofinansmandan, çevre, sağlık, insan hakları ve eğitim/öğretim alanlarına kadar sürdürülebilir yenilikçi fikirleri destekleyen küresel sosyal girişimcilik hareketidir. Türkiye de ise Mozaik Reklâm, The Marmara Hotels ortakları arasındadır.
- Schwab vakfı; her yıl Davos toplantılarıyla ilgili Dünya Ekonomik Formunun fikir babası Klaus Schwab'ın girişimiyle kurulan ve yoksulluğun koşullarını değiştirmeyi amaçlayan bir sosyal girişimcilik hareketidir.

Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Türkiye' de en çarpıcı örnek Yüzüncü Yıl Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mustafa Sarı'nın sosyal girişimcilik hareketidir. Sarı, Van Gölü'nün sodalı ortamında yaşayabilen inci kefalinin yanlış avlanma nedeniyle neslinin tükenmesinin önüne geçerek çoğalmalarını sağlamış, bununla hem çevreyi ve doğayı korumuş hem de o çevreye geniş istihdam imkânı sunmuştur. Bu yüzden 15 bin kişinin yaşamı değişmiştir. Çeşitli engellere rağmen başarıya ulaşan Sarı, Schwab Vakfı'nın Türkiye'de Ernst Young ve Milliyet Gazetesi ile 2007'de birlikte yaptığı "Yılın Sosyal Girişimcisi" yarışmasında birinci olmuştur, 2008'de birinciliği Nebahat Akkoç ile Aynur Bektaş, 2009 birinciliği ise Ali Nihat Gökyiğit almıştır. Bu da gösteriyor ki sosyal girişimcilik, ülkemizde de ilgi görmeye, başarı kazanmaya başlamıştır.

Son yıllarda girişimcilik, kadın girişimcilik, genç girişimcilik diye de anılmaya başlanmış ve bu konuda bilinç ve destek artmıştır.

KADIN GİRİŞİMCİ

Kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmesini sağlamak amacıyla hareket eden, kadınların da girişimcilik yapabileceği onların da bu rolü üstlenebileceği ile ilgili görüşü kapsayan girişimcilik çeşididir. Çalışan kadınların oranı eskiye göre daha da artmış aynı şeyleri girişimcilik için söylemek mümkün değildir. Ancak bu konudaki destek ve bilincin artması bundan sonra daha çok kadın girişimci görmeyi mümkün kılacaktır. Yapılan araştırmalarda, ekonomik büyümede en büyük gücün kadınlar olduğu tespit edilmiştir. Türkiye de yaklaşık 1,3 milyon erkek girişimci 80 bin kadın girişimci vardır. Erkek girişimcilerin yüzde 80'i kadın giri-

Türkiye'de yaklaşık 1,3 Milyon erkek ve 80 Bin kadın girişimci vardır.

şimcilerin yüzde 60'ı zorunlu olarak girişimci olmaktadır. Ülkemizde kadınların çalışma hayatına katılma oranı yüzde 26, AB ortalaması yüzde 55, dünya ortalaması yüzde 46'dır; yine ülkemizde kadın girişimci oranı toplam erkek girişimcilerin yüzde 15'i dir; yani kadın, çalışma hayatında daha çok olmasına rağmen girişim rolde çok az görülmektedir. Bu sonuç da girişimci sayısını artırmak için bu alanın önemli olduğunu göstermektedir. Bilindiği gibi ülkeler girişimcilikleriyle kalkınıyor. Girişimcilik ne kadar artarsa kişi başına gelir o kadar artıyor. Ülke olarak gücünüz işletmelerinizin gücüyle belli oluyor. Bunu artırmanın yollarından en önemlisi girişimci sayısını artırmaktır. Bunun için de kadın girişimci rolünün çoğalması önemli hale gelmektedir. Bu nedenle kadın girişimci kavramının, kendine özgü özellikleriyle ayrıca ele alınması gereği ortaya çıkmıştır. Konuyla ilgili TOBB bünyesinde "kadın girişimciler kurulu" oluşturulmuştur. Ayrıca misyonlarının kadın girişimciliği geliştirmek olan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) 2002 yılında kurulmuştur. Bunun yanında bu hareketi destekleyen, bankalar, eğitim ve çeşitli sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır.

Girişimcilik, bireysel yetenek ve eğitim yanında ekonomik ve toplumsal koşullara da bağılıdır. Toplumsal olarak ülkemizdeki koşulların kadın girişimcilik için pek uygun olduğu söylenemez. Kadın girişimciliğin artması için bu yönde bir toplumsal dönüşümün yaşanması gereklidir. Bu da yine girişimcilerle olacaktır. Kadınların özgür olmak, statü elde etmek gibi istekleri onların girişimci olma nedenleri arasında görülmektedir. (Kutan iş ve Hancı, 206.s.463). Kadınların yaşamıyla ilgili tüm destekler ve girişimcilik itibarının artması kadın girişimcilerin sayısını artıracaktır.

Eğitim programları iş arayan öğrenciler yetiştirmenin yanında iş kuran öğrenciler de yetiştirmeye odaklanmalıdır.

GENÇ GİRİşİMCİLİK

Girişimci gençler yetiştirmek ülkemizde hep gündeme gelmiş olsa da biraz kamucu toplum olma özelliğimizden dolayı devlete ve ailesine yaslanan gençler yetiştirmekten kurtulamamaktayız. Çocuklara büyüyünce ne olacaksın dendiğinde genellikle doktor, öğretmen, polis, memur, cevaplarını çok alırız. Bu mesleklerin çoğu kamu ile ilgilidir. Oysa girişimciliğin gelişmiş olduğu toplumlara baktığımızda kamuda ya da özel sektörde iş bulmanın yanında iş kurmanın da kariyer seçeneği olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Bilindiği üzere girişimcilikte yaratıcılık yenilik önemlidir. Yaratıcılık ve yenilik bir yetenek, aynı zamanda geliştirilebilir bir özelliktir. Küçük yaştan itibaren kalıba sokulmadan, ona uygun koşullar sağlanarak ortaya çıkarılması ve geliştirilmesi gerekir. Diğer yandan olaya risk açısından bakıldığında kalıba giren insanların risk alması düşüyor. O zaman hem yaratıcılık hem de risk alma özellikler bakımından gençler, girişimcilik açısından daha uygundurlar. O zaman genç girişimci kavramı gündeme gelmektedir.

Türkiye' de girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında yaklaşık yüzde 80'inin üniversite mezunu olmadıkları görülmektedir. Üniversite eğitimi görmeyenlerin kurdukları işletmelerde çoğunlukla üniversite mezunu gençler çalışmaktadır. O halde bu durum da gençlerin eğitimiyle ilgili başta üniversiteler olmak üzere diğer eğitim kurumları sadece iş bulmak için eğitim programlarını tasarlamış oldukları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Girişimciliğin de bir kariyer seçeneği olacağı daha yeni yeni dillendirilmeye başlanmıştır. Bu da ancak ilköğretimden başlayarak doğrudan girişimcilik eğitimi yanında yaratıcılığı açığa çıkarıcı bunu geliştirici, risk alma yelpazesini genişletici programlarla mümkün olacaktır. Bunu, hayalleri gerçeğe dönüştürmek konusunda isteklendirici, hayata karşı toleranslı ve cesaretlendirici uygulamalarla desteklemek gerekmektedir. Sonuçta her üniversite,

kendi mezunun iş bulacağı sayıda iş kuracak girişimciler yetiştirirse üniversite mezunları işsiz kalmamış olacaktır. Çünkü ülkemizde şu anda her dört gençten biri işsizdir. Genç girişimcilik bu açıdan önemlidir. Son yıllarda gençlerin, girişimci yeteneklerini geliştirerek yenilikçi fikirler üretmeleri ve kendi işlerini kurabilmeleri için ülkemizde çeşitli kuruluşlara bağlı ve bağımsız genç girişimci birimleri ve programları oluşmaya başlamıştır. Bunlar dernekler, kulüpler, kurullar, eğitim ve araştırma birimleri, enstitüler ve merkezler şeklindedir. Örneğin, TOBB Genç Girişimciler Kurulu 2009'da faaliyete geçti. KOSGEB Girişimcilik Enstitüsünce yürütülen "Genç Girişimci Geliştirme Programı" çeşitli adlardaki genç girişimciler dernekleri hemen hemen her üniversitede kurulan girişimcilik ya da genç girişimciler kulüpleri, Anadolu Üniversitesi Girişimcilik ve Araştırma Birimi(GEAB), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Formu, TÜSİAD Girişimcilik ve Yenilikçilik Çalışma Grubu vb.

Yeni girişimcilik inovasyon odaklıdır.

YENİ GİRİŞİMCİLİK

Girişimciliği *geleneksel* ve *yeni girişimcilik* diye ikiye ayırmak da mümkündür. Geleneksel girişimcilik; girişimciliğin eskisi gibi devam etmesidir. Eski ve yeni sorunlar, mevcut ürün/hizmet ve iş anlayışıyla çözen geleneksel sektörlerin olduğu, iş büyütmek için mevcut sektörler dışında bir seçeneğin olmadığı girişimciliğe *geleneksel girişimcilik* denir. Bu girişimcilikte büyüme hızlı ve yüksek değildir.

Yeni girişimcilik; yeni ve eski sorunları, yeni ürün/hizmetler ve yeni iş anlayışları ile çözen girişimciliktir. Yeni girişimcilik inovasyona ve inovasyon sektörlerine odaklı olan, finansmanı da erişim hedefi de "küresel" olan, bilim ve teknolojiyle evrensel pazarlama becerilerine dayalı bir girişimciliktir." (Kırım,2010,s.16). Yeni sektörler, yeni teknolojiler ve yeni ekonomi bütün bunlar inovasyona dayalı girişimcilikle yani yeni nesil girişimcilikle ortaya çıkan değerlerdir. Eski iş yapma anlayışıyla, bu değerler elde edilemez. Mevcut işletmelerin bu yeteneklerini geliştirmek pek kolay değildir. Her şeyden önce eski girişimcilerin bu kavramı içselleştirmeleri gerekir. Ancak, eğitilmiş genç girişimcilerin bu çeşit girişimciliğe daha yatkın olduklarını da söyleyebiliriz.

Yeni girişimciliğin istihdam yaratma açısından geleneksel girişimcilikten farkı var mıdır?



SIRA SİZDE

Yeni girişimcilikte, ekonomiye yeni sektörler kazandırılmakta ve mevcut sektörleri büyütmekte olduğu için ekonomik büyüme hızlıdır. Her büyüme istihdam demektir. Bu durumda yeni girişimcilik işsizliği, geleneksel girişimciliğe göre daha iyi çözer. Bu nedenle dünyada bunu bilen ülkeler bu girişimciliği desteklemektedirler. Örnek olarak ABD, İsrail, Singapur, Malezya, Çin, Yeni Zelanda ve Hindistan (KIRIM, 2010,s.17). Bu ülkelerin girişimcilikle ilgili yaptıkları uygulamaların sonuçlarından bazıları şöyle sıralanabilir:

- İnovasyon, ekonomik büyümeyi ve istihdamı artırdı.
- "Odağı" olmayan girişimcilik destek programları beklenen seviyede büyüme ve istihdam sağlamamıştır. Bunun yanında inovasyon ve yeni teknoloji içeren girişimci ve sektörlerle yapılan destekler ve programlar büyümeyi artırmıştır.
- Yeni girişimcilik genellikle büyük ve kapsamlı devlet desteğiyle olmuştur. Kapitalizmin anavatanı olan ABD'de yeni girişimciliğin en iyi uygulama merkezi olan Silikon Vadisi de çok büyük devlet desteği alarak kurulmuş ve büyümüştür.

Bir sektör ve ülke rneği vermek gerekirse Tayvan rneği ilginçtir. Tayvan hkmetinin, çok sayıda küçük inovatif ve esnek girişimci şirketini sistematik ve planlı şekilde desteklemesiyle elektronik sektöründe küresel bir başarı elde edilmiştir.

Yeni girişimcilik için şu inovasyon sektörleri söylenebilir; inovatif tıp bilgi işlem ve iletişim biyo teknoloji, nanoteknoloji, yenilenebilir enerji, su arıtma, geri dönüşüm, savunma-güvenlik, eğitim teknolojileri, alternatif enerji kullanan taşıma alanları. Bunlar gelişmeye açık küresel sektörlerdir. Yeni nesil girişimciler iş fikirlerini bu alanlardan bulmalıdır. Zira yeni girişimciliğin bir başka özelliği de gidermek istediği ihtiyaç ve sorun ürün/hizmet ve toplumsal fayda dünyanın diğer ülke insanları tarafından da talep görmelidir.